

PERBEDAAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SETELAH
DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK
INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi



Diajukan oleh:

NIZAR FITRANDY

0813010171/ FE/ EA

Kepada

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR

2012

PERBEDAAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SETELAH
DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK
INDONESIA

SKRIPSI



Diajukan oleh:

NIZAR FITRANDY

0813010171/ FE/ EA

Kepada

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan judul “PERBEDAAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SETELAH DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK INDONESIA”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Skripsi ini dapat diselesaikan tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, memberikan dorongan, nasehat serta bimbingan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Rahman A. Suwaidi, MS selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Sri Trisnaningsih, SE. Msi selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Ibu Dr. Indrawati Yuhertiana, MM. Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis demi kesempurnaan penyusunan skripsi.
6. Dosen, Staf Pengajar dan Karyawan Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah banyak membantu menyediakan literatur dan data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Keluarga saya, Papa, Mama, dan Kakak penulis yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada penulis serta memotivasi penulis tanpa putus asa.
9. Seluruh sahabat yongma, amigos, dan anggota tim futsal akuntansi 2008 zone-B (Rizki, Hermawan, Eko, Nonok, Dawud, Nadiar, Fian, Sofyan, Bagus, Ridwan, Lely, Wury, Leanda, Diar, Citra, Dandy, Fichi, Yudo, Indra, Drajat, Bazher, Yuni, Dinda, Desi, Alifian) yang selalu mendukung, serta teman-teman akuntansi dan kampus UPN Jatim yang turut memberikan motivasi kepada penulis.
10. Seluruh teman-teman anak bimbingan Ibu Dr. Indrawati Yuhertiana, MM, Ak, (Himawan, Ayu Salam, Puspita, Retno, Bobby) yang saling mendukung dalam pengerjaan dan penyelesaian skripsi penulis.

11. Someone special Chitra Yuanita yang tidak pernah berhenti memberikan support dan doa kepada penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini sampai selesai.

Penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu berkenan melimpahkan Rahmat-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih kurang dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, Juni 2012

Penulis

PERBEDAAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SETELAH
DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK
INDONESIA
SKRIPSI



Oleh :

Nizar Fitrandy

0813010171/FE/EA

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

USULAN PENELITIAN

PERBEDAAN PROFITABILITAS SETELAH DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK INDONESIA

SKRIPSI

yang diajukan

Nizar Fitrandy

0813010171/ FE/ EA

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Dr. Indrawati Yuhertiana MM, Ak

Tanggal :

NIP. 196610171993032001

Mengetahui

Ketua Program Studi Akuntansi

Dr. Sri Trisnaningsih, SE, MSi

NIP. 19650929192032001

SKRIPSI

PERBEDAAN PROFITABILITAS SETELAH DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK INDONESIA

yang diajukan

Nizar Fitrandy

0813010171/ FE/ EA

Telah disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Dr. Indrawati Yuhertiana, MM, Ak

Tanggal :.....

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi

Drs. EC. Rahman Amrullah Suwaidi, MS

NIP. 196003301986031003

PERBEDAAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SETELAH
DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK
INDONESIA

Oleh :

Nizar Fitrandy

Abstrak

Di era globalisasi seperti sekarang, pertumbuhan ekonomi yang pesat saat ini telah memacu dunia usaha untuk saling berkompetisi. Hal ini ditunjukkan dengan saling berlomba-lombanya perusahaan dalam memperoleh laba. Perkembangan dalam dunia bisnis secara global telah diikuti oleh peningkatan kesadaran publik akan tanggung jawab perusahaan. Indikator keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan di dalam dunia bisnis adalah profit dan pertumbuhan. Kini perusahaan tidak hanya bertujuan mencapai profit dan pertumbuhan, tetapi juga keberlangsungan dimana untuk mencapainya, perusahaan dituntut untuk menunjukkan rasa tanggung jawab dan kepedulian terhadap isu-isu sosial baik di dalam perusahaan maupun yang berkembang di dalam masyarakat. Untuk mencapai keberlangsungan (sustainability), lahirlah konsep yang dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR).

Populasi penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005 sampai 2010, tercatat 9 perusahaan, sedangkan sampelnya berjumlah 5 perusahaan. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Untuk Mengukur rasio profitabilitas menggunakan Net Profit Margin, Return on Investment (ROI), Return on Equity (ROE). Dengan menggunakan metode penelitian Uji t berpasangan (Paired sample t test).

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara profitabilitas sebelum dan sesudah CSR secara keseluruhan.

Kata Kunci : Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Net Profit Margin, Return on Investment, Return on Equity

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Corporate Social Responsibility (CSR)	14
2.2.1.1. Pengertian CSR	14
2.2.1.2. Tujuan dan Manfaat CSR	17

2.2.1.3. Konsep Triple Bottom Line	18
2.2.1.4. Perkembangan CSR.....	20
2.2.1.5. Penerapan CSR.....	24
2.2.1.6. Aktifitas CSR.....	26
2.2.1.7. Pengungkapan CSR.....	29
2.2.2. Laporan Keuangan.....	29
2.2.2.1. Definisi Laporan Keuangan	29
2.2.2.2. Tujuan Laporan Keuangan.....	30
2.2.2.3. Karakteristik Laporan Keuangan	31
2.2.2.4. Jenis-jenis Laporan Keuangan.....	33
2.2.3. Analisis Ratio.....	34
2.2.3.1. Pengertian Rasio.....	34
2.2.3.2. Keunggulan Ratio Keuangan.....	34
2.2.3.3. Jenis Rasio.....	35
2.2.4. Rasio Profitabilitas.....	37
2.3. Kerangka Berfikir/Penelitian	39
2.4. Hipotesis	41
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 43
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.1.1. Definisi Operasional CSR.....	43
3.1.2. Definisi Variabel.....	43

3.2. Teknik Penentuan Populasi dan Sempel.....	44
3.2.1. Populasi.....	44
3.2.2. Sampel.....	45
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	46
3.3.2. Pengumpulan Data.....	46
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	47
3.4.1. Teknik Analisis.....	47
3.4.2. Uji Hipotesis.....	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 50
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	50
4.1.1. PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.....	50
4.1.2. PT. Indosat Tbk.....	51
4.1.3. PT. XL Axiata Tbk.....	51
4.1.4. PT. Bakrie Telecom Tbk.....	52
4.1.5. PT. Smartfren Telecom Tbk.....	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	54
4.2.1. Deskripsi Variabel Net Profit Margin Sebelum dan Sesudah CSR.....	54
4.2.2. Deskripsi Variabel ROI Sebelum dan Sesudah CSR.....	56
4.2.3. Deskripsi Variabel ROE Sebelum dan Sesudah CSR.....	58
4.3. Hasil Pengujian Normalitas.....	60
4.4. Teknik Analisis.....	62

4.4.1 Analisis Paired Sample T Test.....	62
4.4.1.1 Uji Perbedaan Net Profit Margin Sebelum dan Sesudah CSR.....	63
4.4.1.2 Uji Perbedaan ROI Sebelum dan Seudah CSR....	63
4.4.1.3 Uji Perbedaan ROE Sebelum dan Sesudah CSR..	64
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.5.1 Implikasi Hasil Penelitian.....	65
4.5.2 Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya.....	66
4.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	68
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
 DAFTAR PUSTAKA	
 DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Rekapitulasi Data Net Profit Margin Sebelum Penerapan CSR.....	55
Tabel 4.2	Rekapitulasi Data Net Profit Margin Sesudah Penerapan CSR.....	56
Tabel 4.3	Rekapitulasi Data ROI Sebelum Penerapan CSR.....	57
Tabel 4.4	Rekapitulasi Data ROI Sesudah Penerapan CSR.....	58
Tabel 4.5	Rekapitulasi Data ROE Sebelum Penerapan CSR.....	59
Tabel 4.6	Rekapitulasi Data ROE Sesudah Penerapan CSR.....	60
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas Data Profitabilitas Sebelum CSR.....	61
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Data Profitabilitas Sesudah CSR.....	61
Tabel 4.9	Hasil Paired Sample t Test Net Profit Margin.....	63
Tabel 4.10	Hasil Paired Sample t Test ROI.....	64
Tabel 4.11	Hasil Paired Sample t Test ROE.....	64
Tabel 4.12	Perbandingan Tingkat t Test dan t Tabel dari Ratio.....	65
Tabel 4.13	Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Sekarang.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida CSR.....	15
Gambar 2.2	Konsep Triple Bottom Line.....	18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang, pertumbuhan ekonomi yang pesat saat ini telah memacu dunia usaha untuk saling berkompetisi. Hal ini ditunjukkan dengan saling berlomba-lombanya perusahaan dalam memperoleh laba. Pola pikir ini digunakan oleh banyak perusahaan dalam dekade ini. Seperti pandangan kortens (SWA : 2005) tentang dunia bisnis yang dalam bukunya *when Corporations Rule the World*, melukiskan bahwa dunia bisnis selama setengah abad terakhir, telah menjelma menjadi institusi paling berkuasa di planet ini. Seiring berjalannya waktu, dunia usaha semakin menyadari bahwa planet ini tidak hanya dihuni oleh komunitas industrial.

Semenjak keruntuhan rezim diktatoriat Orde Baru, masyarakat semakin berani untuk beraspirasi dan mengekspresikan tuntutan mereka terhadap perkembangan dunia bisnis Indonesia. Masyarakat telah semakin kritis dan mampu melakukan filterisasi terhadap dunia usaha yang tengah berkembang di tengah masyarakat ini. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh capital gain atau profit dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan

kontribusi baik materiil maupun spirituil kepada masyarakat dan pemerintah.

Perkembangan dalam dunia bisnis secara global telah diikuti oleh peningkatan kesadaran publik akan tanggung jawab perusahaan. Indikator keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan di dalam dunia bisnis adalah profit dan pertumbuhan. Kini perusahaan tidak hanya bertujuan mencapai profit dan pertumbuhan, tetapi juga keberlangsungan dimana untuk mencapainya, perusahaan dituntut untuk menunjukkan rasa tanggung jawab dan kepedulian terhadap isu-isu sosial baik di dalam perusahaan maupun yang berkembang di dalam masyarakat. Untuk mencapai keberlangsungan (sustainability), lahirlah konsep yang dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR). Dimana CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan stakeholders, serta dapat mencapai profit yang maksimum yang dapat meningkatkan harga saham.

Perusahaan tidak hanya memiliki sisi tanggung jawab ekonomis. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Interaksi ini karena sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan secara keseluruhan berasal dari lingkungan dan pada akhirnya dikonsumsi juga oleh lingkungan. Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen dunia usaha untuk terus

bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Fakta telah menunjukkan bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul ke permukaan perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan faktor sosial dan lingkungan. Adanya keyakinan bahwa keberlangsungan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk dimensi sosial dan lingkungan. Dalam era globalisasi kesadaran akan penerapan CSR menjadi penting seiring dengan perubahan paradigma yang mengatakan bahwa CSR bukan dilihat sebagai sentra biaya (cost center) melainkan sebagai sentra laba (profit center) di masa mendatang (Wibisono, 2007).

Pemberdayaan masyarakat yang dalam usaha lebih dikenal sebagai Community Development saat ini dapat dikatakan merupakan wujud keseriusan dalam pelaksanaan program CSR. Konsep Triple Bottom Line menjadi koridor utama dalam pengembangannya, hal ini dikarenakan penekanan pada aspek pemberdayaan masyarakat di dalam praktik CSR di Indonesia merupakan dimensi yang sangat lekat dengan kebutuhan masyarakat Indonesia saat ini (Ambadar, 2008). Meski dalam hal ini CSR bukan merupakan Community Development semata, namun kondisi di Indonesia yang mana masih tingginya angka pengangguran, banyaknya jumlah kemiskinan, serta belum lagi rendahnya kualitas pendidikan dan kesehatan, maka CSR sebagai sebuah konsep yang berubah dan tumbuh sesuai dengan perkembangan dunia usaha dan

kebutuhan masyarakat yang mana dalam hal ini Community Development sebagai ujung tombak praktik penerapan CSR bisa menjadi salah satu jawaban.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Ada berbagai penafsiran tentang CSR dalam kaitan aktivitas atau perilaku suatu perusahaan, namun yang paling banyak diterima saat ini adalah pendapat bahwa yang disebut CSR adalah yang sifatnya melebihi (beyond) laba, melebihi hal-hal yang diharuskan peraturan dan melebihi sekedar public relations.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR), muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat, dan lingkungan alam. Oleh karena itu, Corporate Social Responsibility (CSR) menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dasar pemikirannya, menguntungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidaklah menjamin perusahaan akan bertumbuh secara berkelanjutan.

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung jawabkan

kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 ayat 1 Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Dipilihnya perusahaan Telekomunikasi sebagai sampel dikarenakan perusahaan tersebut memiliki persaingan bisnis yang kuat akibat dari aktifitas perdagangan bebas. Selain itu perusahaan tersebut merupakan bagian dari kebutuhan pokok yang memiliki perubahan yang sangat cepat seiring dengan perkembangan jaman dan kemajuan teknologi serta selera masyarakat yang berubah-ubah.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan jasa Telekomunikasi yang go publik karena akhir-akhir ini banyak disoroti oleh masyarakat. Dari seluruh perusahaan jasa Telekomunikasi tidak semuanya melakukan pengungkapan secara lengkap dan jelas. Untuk pengungkapan wajib, seluruh perusahaan telah melaksanakannya tetapi dalam hal pengungkapan sukarela belum semua perusahaan melakukannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa kemungkinan diantaranya : perusahaan telah melakukan pengungkapan pada periode sebelumnya sehingga merasa tidak perlu mengungkapkannya lagi, atau

disebabkan karena kemungkinan perusahaan merasa tidak perlu melakukan pengungkapan pada item-item tertentu, karena menganggapnya sebagai hal biasa.

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (dividend payout) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer menjadi meningkat pownya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi (Haryani, 2011).

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengetahui perbedaan profitabilitas yang terjadi di perusahaan, maka penelitian ini akan diberi judul :

“PERBEDAAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SETELAH DITERAPKANNYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK INDONESIA ”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

“Apakah terdapat perbedaan tingkat profitabilitas perusahaan sebelum dan sesudah penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat profitabilitas sebelum dan sesudah melakukan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Memberikan masukan terhadap masalah yang dihadapi serta memberikan bahan pertimbangan guna mengambil langkah kebijaksanaan selanjutnya untuk mencapai tujuan. Dan memberikan tambahan informasi untuk dapat dipergunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan khususnya tentang Corporate Social Responsibility di Indonesia.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembeding bagi peneliti lain yang ingin membahas masalah ini kepada Universitas Pembangunan National “Veteran” Jawa Timur pada umumnya dan Fakultas Ekonomi khususnya.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif bagi perusahaan dalam mengevaluasi laporan keuangan sebelum dan sesudah dilaksanakannya Corporate Social Responsibility.